

ABSTRAK

Penulisan skripsi “PENERAPAN BUDAYA PETANI DALAM STRATEGI KREATIF IKLAN CETAK PT. BPR DANAGUNG GROUP OLEH BIRO IKLAN PT. SRENGENGE CIPTA IMAGI” (Study Deskriptif Penerapan Budaya Petani Dalam Iklan Cetak Versi “Gerobak” Oleh Biro Iklan PT. Srengenge Cipta Imagi) pada mulanya awal dari ketertarikan penulis mengenai strategi kreatif ini yang sangat sederhana dan berbeda dari iklan – iklan ba nk lainnya. Iklan versi “Gerobak” ini berusaha untuk menyampaikan pesan kepada target marketnya dengan menerapkan budaya petani kedalam strategi kreatif iklan cetak PT. BPR Danagung Group. Iklan cetak PT. BPR Danagung oleh biro iklan PT. Srengenge Cipta Imagi pernah mendapatkan sebuah penghargaan dari Pinasthika Award pada tahun 2006 dalam kategori Iklan Cetak Bawana yaitu memenangkan Bronze dan pada kategori Iklan Cetak Baskara berhasil mendapatkan Gold. Pada tahun 2007 biro iklan PT. Srengenge Cipta Imagi juga mendapatkan penghargaan sebagai *Agency Creative Of The Year* Bawana 2007. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti penerapan budaya dalam strategi kreatif iklan cetak PT. BPR Danagung Group Versi “Gerobak” Oleh Biro Iklan PT. Srengenge Cipta Imagi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Melalui metode ini penulis ingin mengetahui bagaimana Penerapan Budaya Petani Dalam Strategi Kreatif Iklan Cetak PT. BPR Danagung Group Versi “Gerobak” Oleh Biro Iklan PT. Srengenge Cipta Imagi. Data yang didapat dari wawancara, observasi, dan study pustaka dianalisis dengan objek yang diteliti dan di interpretasikan berdasarkan kerangka pemikiran dan teori untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Validitas data ini menggunakan Triangulasi Teori. Dari penelitian yang sudah dilakukan terhadap Penerapan Budaya Petani Dalam Strategi Kreatif Iklan Cetak PT. BPR Danagung Group Oleh Biro Iklan PT. Srengenge Cipta Imagi, didapatkan bahwa pesan yang ingin di informasikan kepada target audiens adalah “Tabungan Berhadiah Sebuah Mobil” Tema yang digunakan adalah keseharian budaya petani. Idenya adalah petani mengangkut hadiah mobil dengan menggunakan gerobak sapi. Ide ini lalu dikembangkan dengan tidak hanya menyampaikan pesan komersil tetapi dengan visualisasi seorang petani mengendarai sebuah gerobak sapi dengan membawa pulang hadiah mobil dengan latar belakang sawah. Dengan membuat iklan yang menggunakan budaya petani ini, budaya tersebut sangat dekat dengan target marketnya PT. BPR Danagung Group agar iklan mudah di terima dan di mengerti oleh target market PT. BPR Danagung Group.